



ISSN : 1412-5331

MAJALAH ILMIAH
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SEMARANG

S O L U S I

Vol. 7 No. 3 Juli 2008

Implementasi Pengendalian Aktiva Tetap
di Perusahaan (Badan Usaha)
Djodjok Rahardjo

ERP : *Implementation, Benefits and Consequences*
for Managerial and Accounting Practices
Dian Indudewi

Analisis Pengaruh Perilaku Tenaga Penjual, Perencanaan
Kegiatan Penjualan dan Orientasi Kinerja terhadap Kinerja
Tenaga Penjual pada PT. Prima Zirang Utama Semarang
Wahyu Hidayat, Widiartanto

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat *Underpricing*
pada Perusahaan yang melakukan IPO (*Initial Public Offering*)
Periode 2003-2007 di Bursa Efek Indonesia
Roni Indra Saputra, Paulus Wardoyo

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah dan
Dana Alokasi Umum terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal
(Studi Kasus pada Pemerintah Daerah di Indonesia tahun 2005-2007)
Nuriyanti, Anita Damajanti

Pengaruh Computer Anxiety terhadap Hasil Kerja Pengguna
Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Pemerintah Kabupaten "B"
Agus Sunarmo, Mafudi, Wisnu Suwignyo

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada
Perusahaan Real Estate dan Property yang Go Public di
Bursa Efek Jakarta Periode Tahun 2003-2006
Ira Puji Astuti, Ardiani Ika S.

Pengembangan Proposisi Kepemilikan BUMN
Kesi Widjajanti

Aspek Sumber Daya Manusia dalam Berwirausaha
Dian Triyani

Pasar Valuta Asing dan Aktivitas Perdagangan Internasional
Ardiani Ika S.

SOLUSI

Mengkaji masalah-masalah sosial, ekonomi dan bisnis
Terbitan 3 bulan sekali
(Januari, April, Juli, Oktober)

Penerbit :
Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Pelindung :
Rektor Universitas Semarang

Penanggungjawab :
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Semarang

Dewan redaksi :
Prof. Dr. Ec. Budiman Christiananta, MA, PhD
Prof. Dr. Pahlawansjah Harahap, ME
Prof. Dr. Pribadiyono, MS
Prof. Dr. RM. Moch. Wispandono, SE, MS
Drs. Sumarman MS

Redaktur Pelaksana :
Andy Kridasusila SE MM, Dian Indriana SE Akt, MSi, Drs. Witjaksono EH MM
Dra. Nunik Kusnilawati MM, Indarto SE, MSi

Sekretaris Redaksi :
Dra. Sri Yuni Widowati MM

Tata Usaha :
Ali Arifin

Alamat Penerbit/Redaksi :
Jl. Atmodirono No. 11
Telp. (024) 8411562, Fax. (024) 8446865
SEMARANG – 50241

Terbit Pertama kali : Juli 2002

DAFTAR ISI

1. Implementasi Pengendalian Aktiva Tetap di Perusahaan (Badan Usaha) <i>Djodjok Rahardjo</i>	1 - 7
2. ERP : <i>Implementation, Benefits and Consequences for Managerial and Accounting Practices</i> <i>Dian Indudewi</i>	9 - 14
3. Analisis Pengaruh Perilaku Tenaga Penjual, Perencanaan Kegiatan Penjualan dan Orientasi Kinerja terhadap Kinerja Tenaga Penjual pada PT. Prima Zirang Utama Semarang <i>Wahyu Hidayat, Widiartanto</i>	15 - 22
4. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Underpricing pada Perusahaan yang Melakukan IPO (Initial Public Offering) Periode 2003-2007 di Bursa Efek Indonesia <i>Roni Indah Saputra, Paulus Wardoyo</i>	23 - 38
5. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Pendapatan Asli Daerah dan Dana Alokasi Umum terhadap Pengalokasian Anggaran Belanja Modal (Studi Kasus pada Pemerintah Daerah di Indonesia tahun 2005-2007) <i>Nuriyanti, Anita Damajanti</i>	39 - 51
6. Pengaruh Computer Anxiety terhadap Hasil Kerja Pengguna Sistem Informasi Akuntansi (SIA) Pemerintah Kabupaten "B" <i>Agus Sunarmo, Mafudi, Wisnu Suwignyo</i>	53 - 61
7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Real Estate Dan Property yang Go Public di Bursa Efek Jakarta Periode Tahun 2003-2006. <i>Ira Puji Astuti, Ardiani Ika S.</i>	63 - 75
8. Pengembangan Proposisi Kepemilikan BUMN <i>Kesi Widjajanti</i>	77 - 82
9. Aspek Sumber Daya Manusia dalam Berwirausaha <i>Dian Triyani</i>	83 - 86
10. Pasar Valuta Asing dan Aktivitas Perdagangan Internasional <i>Ardiani Ika S.</i>	87 - 92

**Analisis Pengaruh Perilaku Tenaga Penjual, Perencanaan Kegiatan Penjualan
Dan Orientasi Kinerja terhadap Kinerja Tenaga Penjual pada
PT. Prima Zirang Utama Semarang**

Oleh :
**Wahyu Hidayat
Widiartanto**

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Abstraksi

PT. Prima Zirang Utama bergerak di bidang usaha penjualan kendaraan bermotor baru merek Honda dan menggunakan *salesforce* sebagai ujung tombak pemasarannya, untuk mengetahui tentang karakteristik tenaga penjualan maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah para *salesforce* di PT. Prima Zirang Utama Semarang yang berjumlah 36 orang. Sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus yaitu dengan meneliti semua populasi sebagai sampel penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perilaku tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual. Adapun nilai signifikansi variabel perilaku tenaga penjual dan konstanta (0.014 dan 0.026) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perencanaan kegiatan penjualan terhadap kinerja tenaga penjual dengan nilai signifikansi variabel perencanaan kegiatan penjualan dan konstanta (0.010 dan 0.000) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kinerja terhadap kinerja tenaga penjual. Nilai signifikansi variabel orientasi kinerja dan konstanta (0.041 dan 0.008) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap kinerja tenaga penjual. Nilai signifikansi pada Rekapitulasi ANOVA sebesar 0.026 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Berarti bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual. Pengaruh positif terlihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0.111, 0.233, dan 0.204).

Keyword: Sales force, Behavior, planning,

Pendahuluan

Pada banyak perusahaan, tenaga penjualan adalah kunci penerapan strategi pemasaran (Lilien, Rangaswamy dan Matanovich dalam Barker, 1999). Kinerja tenaga penjualan diukur dengan volume penjualan total (Dubinsky dan Barry, 1982; Jackson, Keith dan Sclacter, 1983; Morris, Davis, Avilla dan Chapman, 1991 dalam Barker, 1999). Dengan demikian apabila kinerja tenaga penjualannya bagus, maka jumlah volume penjualan yang dicapai akan banyak. Hal ini menunjukkan kinerja tenaga penjualan akan berpengaruh secara positif pada kinerja penjualan.

Menurut Kohli, Shervanni dan Challagalla (1998) penelitian yang menyoroti mengenai faktor-faktor yang membawa pada orientasi belajar dan kinerja pada tenaga penjualan masih sedikit. Berdasarkan hasil penelitian mereka, khususnya yang menyangkut orientasi kinerja, hasilnya menunjukkan bahwa orientasi kinerja berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan. Hal ini masih sejalan dengan hasil temuan Sujana, Weitz dan Kumar (1994).

Aktivitas personil penjualan yang tergabung dengan kinerja *behavioral* (misalnya membangun hubungan pelanggan, mempertahankan pelanggan yang masih ada) seharusnya meningkatkan kinerja hasil. Hasil didapatkan sebagai konsekuensi usaha dan skill personil penjualan, dan ada dukungan konseptual dan empiris untuk menyarankan bahwa kinerja *behavioral* personil penjualan lebih tinggi memacu kinerja hasil yang lebih tinggi (Anderson dan Oliver, 1987; Babakus, et.al, 1996; Cravens dan Morgan, 1999 dalam Baldauf, et.al, 2001).

Hasil penelitian Walker, Churchill dan Ford (1997 dalam Rentz, et.al, 2002) menunjukkan bahwa perilaku tenaga penjual merupakan faktor yang memberikan kontribusi terbesar meningkatkan kinerja tenaga penjual dibandingkan faktor organisasional dan lingkungan. Namun demikian penelitian Barker (1999) memberikan bukti empiris bahwa tidak ada perbedaan signifikan secara statistik antara kinerja tenaga penjual yang tinggi dan rendah yang disebabkan kemampuan tenaga penjual. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa ada faktor lain berpengaruh terhadap tinggi rendahnya kinerja tenaga penjual.

Demikian pula pada PT. Prima Zirang Utama yang beralamat di Jl. A. Yani No. 170 S yang bergerak di bidang usaha penjualan kendaraan bermotor baru merek Honda dan menggunakan *salesforce* sebagai ujung tombak pemasarannya. Sampai dengan bulan Mei 2008 ini perusahaan mempunyai *salesforce* sebanyak 36 orang dengan kualifikasi S0, S1, S2, dan S3, dengan pengertian bahwa S0 adalah sales yang sedang menjalani masa training sedangkan S1, S2, dan S3 menunjukkan masa kerjanya yaitu 1 tahun, 2 tahun, dan 3 tahun atau lebih.

Untuk menunjang kegiatan penjualan agar mencapai target yang diinginkan, perusahaan menyediakan *show room* bagi kendaraan bermotor khusus merk Honda. Selain itu melakukan penjualan kendaraan tersebut ke *customer*, dengan menetapkan target penjualan melalui *salesforce*. Perusahaan menerapkan target per 3 bulanan yang diukur dengan banyaknya unit kendaraan yang harus dijual oleh para sales. Adapun target penjualan per kualifikasi sales adalah sebagai berikut:

- Kualifikasi S0 dengan target 15 unit per 3 bulan
- Kualifikasi S1 dengan target 24 unit per 3 bulan
- Kualifikasi S2 dengan target 30 unit per 3 bulan
- Kualifikasi S3 dengan target 39 unit per 3 bulan

Perkembangan selama tiga tahun terakhir berkaitan dengan target dan realisasi penjualan kendaraan bermotor adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Perkembangan Target dan Realisasi Penjualan Kendaraan Bermotor
Tahun 2005 s/d 2007 (dalam unit)

Tahun	Target	Realisasi	%
2005	840	835	99,4
2006	1080	1076	99,6
2007	1470	1468	99,86

Sumber: Data Perusahaan, 2007

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa realisasi penjualan walaupun tiap tahun cenderung naik akan tetapi selama 3 tahun terakhir belum pernah target penjualan tercapai 100%. Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah masih belum tercapainya target penjualan yang direncanakan.

Berangkat dari latar belakang tersebut dilakukan penelitian dengan tujuan untuk secara empirik pengaruh perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan kinerja terhadap kinerja tenaga penjual pada PT. Prima Zirang Utama Semarang.

Metode Penelitian

Metoda penelitian yang digunakan adalah metode survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama. Untuk menguji hipotesis yang akan diuji kebenarannya melalui penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Editor), 2001).

Batasan ruang lingkup penelitian adalah sebagai berikut :

- Lokasi penelitiannya adalah di PT. Prima Zirang Utama Semarang.
- Sasaran penelitiannya adalah *salesforce* pada PT. Prima Zirang Utama Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah para *salesforce* di PT. Prima Zirang Utama Semarang yang berjumlah 36 orang. Sedangkan sampel adalah yang terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi yang kemudian dipakai untuk menarik kesimpulan tentang populasi yang diteliti.

(Wibisono, 2000). Sedangkan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sensus yaitu dengan meneliti semua populasi sebagai sampel penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Pada Bab IV ini akan dibahas tentang uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, analisis tabel silang, analisis statistik inferensial dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan uji t dan uji F, serta uji determinasi untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas (X) dapat dijelaskan pada variabel terikat (Y).

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Langkah *pertama* dalam menguji validitas butir angket adalah menentukan nilai *r* tabel. Dengan jumlah responden sebanyak 36 ($N=36$) maka $df = \text{jumlah kasus} - 4$, sehingga $df = 36 - 4 = 32$. Untuk $N=32$ dengan tingkat signifikansi 5% didapat nilai *r product moment* sebesar 0,349. Langkah *kedua*, adalah membandingkan nilai *r* hasil dengan nilai *r* tabel. Jika *r* hasil positif, serta *r* hasil > *r* tabel, maka butir atau variabel tersebut valid. Jika *r* hasil negatif, , serta *r* hasil < *r* tabel atau *r* hasil > *r* tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Berdasarkan tabel rekapitulasi *validity statistic* terlihat bahwa semua nilai *corrected item-total correlation* (nilai *r* hasil) untuk ke-16 item pertanyaan adalah lebih besar dibandingkan dengan nilai *r* tabel (0,349), sehingga bisa dikatakan bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Untuk uji reliabilitas, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0.60 (Nunnally, 1969 dalam Santoso, 2000). Berdasarkan tabel 2. di bawah ini tentang rekapitulasi *reliability statistics* terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* rata-rata adalah 0,815, nilai ini lebih besar dari 0,60 sehingga bisa dikatakan bahwa semua butir pertanyaan adalah reliabel.

Tabel 2. Rekapitulasi Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	16

Tabel 3 dan Tabel.4 merupakan rekapitulasi model dan persamaan regresi dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel perilaku tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual secara parsial.

Tabel 3. Rekapitulasi Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.405	.164	.139	1.134

Tabel 4. Rekapitulasi Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.060	2.168		2.334	.026
	Perilaku Tenaga Penjual	.231	.089	.405	2.583	.014

Berdasarkan kedua tabel di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0.405 menunjukkan angka korelasi yang sedang (hubungan yang sedang) antara perilaku tenaga penjual dengan kinerja tenaga penjual.
2. Nilai signifikansi (pada kolom sig. di tabel 4) dari variabel perilaku tenaga penjual dan konstanta (0.014 dan 0.026) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perilaku tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel perilaku tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual (H_1 diterima dan H_0 ditolak).
3. Berdasarkan tabel 4 tentang rekapitulasi persamaan regresi dapat disusun persamaan regresi antara variabel perilaku tenaga penjual dengan variabel kinerja tenaga penjual, sebagai berikut:

$$Y = 5.060 + 0.231 X_1$$

4. Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0.164 yang berarti 16.4% variasi pada variabel kinerja tenaga penjual sudah bisa dijelaskan oleh variabel tenaga penjual atau pengaruh/kontribusi variabel perilaku tenaga penjual terhadap kinerja penjual sebesar 16.6%, sisanya sebesar 83.4% dipengaruhi variabel lain.

Tabel 5 dan Tabel 6 merupakan rekapitulasi model dan persamaan regresi menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel perencanaan penjualan terhadap variabel kinerja tenaga penjual secara parsial.

Tabel 5. Rekapitulasi Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424	.180	.156	1.123

Tabel 6. Rekapitulasi Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.803	1.416		4.805	.000
	Perencanaan Kegiatan Penjualan	.364	.133	.424	2.733	.010

Berdasarkan kedua tabel di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0.424 menunjukkan angka korelasi yang sedang (hubungan yang sedang perencanaan kegiatan penjualan dengan kinerja tenaga penjual).
2. Nilai signifikansi (pada kolom sig. di tabel 6) dari variabel perencanaan kegiatan penjualan konstanta (0.010 dan 0.000) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perencanaan kegiatan penjualan terhadap variabel kinerja tenaga penjual atau dengan kata lain ada pengaruh antara perencanaan kegiatan penjualan terhadap variabel kinerja tenaga penjual (H1 diterima ditolak).
3. Berdasarkan tabel 6 tentang rekapitulasi persamaan regresi dapat disusun persamaan regresi variabel perencanaan kegiatan penjualan dengan variabel kinerja tenaga penjual, sebagai berikut: $Y = 6.803 + 0.364 X_1$
4. Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0.180 yang berarti 18.0% variasi pada variabel kinerja tenaga penjual sudah bisa dijelaskan oleh perencanaan kegiatan penjualan atau pengaruh/kontribusi variabel perencanaan kegiatan penjualan terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 18.0%, sisanya sebesar 82.0% dipengaruhi variabel lain.

Tabel 7 dan Tabel 8 merupakan rekapitulasi model dan persamaan regresi menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel orientasi terhadap variabel kinerja tenaga penjual secara parsial.

Tabel 7. Rekapitulasi Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.315	.099	.073	1.177

Tabel 8. Rekapitulasi Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.317	2.240		2.820	.008
	Orientasi Kinerja	.375	.194	.315	1.937	.041

Berdasarkan kedua tabel di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0.315 menunjukkan angka korelasi yang rendah (hubungan yang rendah) antara orientasi kinerja dengan kinerja tenaga penjual.
2. Nilai signifikansi (pada kolom sig. di tabel 8) dari variabel orientasi kinerja dan konstanta (0.041 dan 0.008) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual (H1 diterima dan Ho ditolak).
3. Berdasarkan tabel 8 tentang rekapitulasi persamaan regresi dapat disusun persamaan regresi antara variabel orientasi kinerja dengan variabel kinerja tenaga penjual, sebagai berikut:

$$Y = 6.317 + 0.375 X_1$$
4. Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0.099 yang berarti bahwa 9.9% variasi pada variabel kinerja tenaga penjual sudah bisa dijelaskan oleh variabel orientasi kinerja atau pengaruh/kontribusi variabel orientasi kinerja terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 9.9%, sisanya sebesar 90.1% dipengaruhi variabel lain.

Tabel 15, Tabel 16 dan Tabel 17 merupakan rekapitulasi model, ANOVA, dan persamaan regresi dengan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual secara simultan.

Tabel 15. Rekapitulasi Model

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498	.248	.177	1.109

Tabel 16. Rekapitulasi ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.950	3	4.317	3.510	.026
	Residual	39.355	32	1.230		
	Total	52.306	35			

Tabel 17. Rekapitulasi Persamaan Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.168	2.565		1.235	.023
	Perilaku Tenaga Penjual	.111	.108	.194	1.020	.032
	Perencanaan Kegiatan Penjualan	.233	.158	.271	1.468	.015
	Orientasi Kinerja	.204	.196	.171	1.037	.031

Berdasarkan ketiga tabel di atas, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0.498 menunjukkan angka korelasi yang sedang (hubungan yang sedang) antara perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja dengan kinerja tenaga penjual.
2. Nilai signifikansi pada Rekapitulasi ANOVA sebesar 0.026 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini berarti model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual atau dengan kata lain ada pengaruh antara variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap variabel kinerja tenaga penjual (H1 diterima dan Ho ditolak).
3. Berdasarkan tabel 17 tentang rekapitulasi persamaan regresi dapat disusun persamaan regresi antara variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja dengan variabel kinerja tenaga penjual, sebagai berikut:

$$Y = 3.168 + 0.111 X_1 + 0.233 X_2 + 0.204 X_3$$

4. Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui Nilai Koefisien Determinasi sebesar 0.498 yang berarti bahwa 49.8% variasi pada variabel kinerja tenaga penjual sudah bisa dijelaskan oleh perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja. Pengaruh/kontribusi variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja terhadap kinerja tenaga penjual sebesar 49.8%, sisanya sebesar 50.2% dipengaruhi variabel lain.

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan analisis data penelitian, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perilaku tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel perilaku tenaga penjual dan konstanta (0.014 dan 0.026) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Berarti bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perilaku tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual. Pengaruh positif terlihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0.231).
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perencanaan kegiatan penjualan terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel perencanaan kegiatan penjualan dan konstanta (0.010 dan 0.000) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Berarti bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perencanaan kegiatan penjualan terhadap variabel kinerja tenaga penjual. Pengaruh positif terlihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0.364).
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara orientasi kinerja tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi variabel orientasi kinerja tenaga penjual dan konstanta (0.008) menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Berarti bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel orientasi kinerja tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual. Pengaruh positif terlihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0.375).
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja tenaga penjual terhadap kinerja tenaga penjual. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi pada Rekapitulasi ANOVA sebesar 0.026 menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0.05. Berarti bahwa model regresi sudah layak untuk memprediksi pengaruh variabel perilaku tenaga penjual, perencanaan kegiatan penjualan, dan orientasi kinerja tenaga penjual terhadap variabel kinerja tenaga penjual. Pengaruh positif terlihat dari nilai koefisien regresi yang bernilai positif (0.233, dan 0.204).

2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan pada Bab III dan analisis data pada Bab IV, dapat diberikan saran/rekomendasi untuk perusahaan, antara lain:

Walaupun secara keseluruhan kategorisasi untuk variabel perilaku tenaga penjual adalah baik, tetapi masih ada sebagian kecil responden pada beberapa indikator yang menunjukkan kategori kurang baik. Pada indikator pengetahuan tentang *company profile* masih ada responden yang menunjukkan pengetahuan kurang baik. Untuk indikator pengetahuan tentang produk, masih juga ada responden dengan kemampuan kurang baik, serta pada indikator pengetahuan tentang pemasaran perusahaan juga masih ditemukan responden dengan kemampuan kurang baik. Sebagai ujung tombak/garda terdepan dan wakil perusahaan di lapangan tentu saja mencerminkan perusahaan. Kondisi di atas jika dibiarkan, selain akan berdampak pada kinerja penjualan, berakibat pada citra karyawan yang kurang kredibel. Citra karyawan akan berdampak pada perusahaan. Untuk mengatasi hal tersebut bisa dilakukan dengan cara melakukan *organizational development activity* seperti metode *sharing* pengetahuan antar karyawan melalui *survei* evaluasi penjualan, *brainstorming* tentang strategi penjualan, *briefing* harian oleh *supervisor*, *training-training* untuk meng-institusionalisasikan *knowledge* pada level karyawan dan pen-

Daftar Pustaka :

- Anderson, Rolph, 1995, **Essentials of Personal Selling: The New Professionalism**, Engelwood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Arikunto, Suharsimi, 1998, **Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek**, Rineka Cipta, Jakarta
- Barker, A. Tansu, 1999, **Benchmarks of Successful Salesforce Performance**, Canadian Journal of Administrative Sciences, Vol.16, No.2
- Baldauf, Arthur and David W. Cravens, 2002, **The Effect of Moderators on The Salesperson Behavior Performance and Salesperson Outcome Performance and Sales Organization Effectiveness Relationship**, European Journal of Marketing, Vol. 36, No. 11/12
- Baldauf, Arthur, David W. Cravens and Nigel F. Piercy, 2001, **Examining Business Strategy, Sales Management and Salesperson Antecedent of Sales Organization Effectiveness**, Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. XXI, No. 2, pp.109-122
- Bhargava, M. Dubelaar, C., and Ramawasmi, 1994, **Reconciling Diverse Measures pf Performance: A Conceptual Framework and Test of A Methodology**, Journal of Business Research, Vol. 31, pp. 235-246
- Covin, Jeffrey G., 1991, **Entrepreneurial Versus Concervative Firms: A Comparison of Strategies and Performance**, Strategic Management Journal, Vol. 10, pp. 75-87
- Dalrymple, Douglas J., 1994, **Sales Management: Concepts and Cases**, ed. 5, NY: John Wiley
- Day and Wensley, 1988, **Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority**, Journal of Marketing, Vol. 52, April, pp. 1-20
- Kohli, Ajay K., Tasaddug A., Shervani and Goutam N. Challagalla, 1998, **Learning and Performance Orientation of Salespeople: The Role of Supervisors**, Journal of Marketing Research, Vol. XXXV, pp. 263-274
- Plank, Richard E., and Reid, David A., 1994, **The Mediating Role of Sales Behavior: An Alternative Perspective of Sales Performance and Effectiveness**, Journal Personal Selling and Sales Management, Vol. XIV, No. 3, pp. 43-56
- Rangkuti, Freddy, 2001, **Riset Pemasaran**, Elex Media Computindo, Jakarta
- Rentz, Joseph O., C. David Shepherd, Armen Tashchian, Pratibha A. Dabholkar and Robert T. Ladd, 2002, **A Measure of Selling Skill: Scale Development and Validation**, Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. XXII, No. 1, pp. 13-21
- Sager, Ira, 1994, **The Few, the True, the Blue**, Business Week, Mei 30, pp. 124-126
- Santoso, Singgih, 2000, **Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik**, Elex Media Computindo, Jakarta

- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (Editor), 1995, **Metode Penelitian Survei**, Edisi 2, LP3ES, Jakarta
- Sujan, Harish, Barton A. Weitz and Nirmalaya Kumar, 1994, **Learning Orientation Works and Effective Selling**, Journal of Marketing, Vol. 58, pp. 39-52
- Supranto, Johannes, 1997, **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: untuk Menaikkan Penjualan**, Rineka Cipta, Jakarta
- Wibisono, D. , 2000, **Riset Bisnis**, BPFE, Yogyakarta